

鹿児島市中央卸売市場
経営展望（素案）

《概要版》

鹿児島市

1 経営展望策定の趣旨と位置づけ

(1) 策定の趣旨

近年、消費者ニーズの多様化、生産・流通構造の変化、生鮮食料品等の流通の国際化など卸売市場をめぐる環境が変化し、卸売市場に期待される機能・役割が一層多様化しています。卸売市場が今後も健全に発展し、その機能が十分に発揮されるため、開設者、市場関係業者が一体となり、経営戦略的な視点を持って、市場のあり方や運営方針などを明確化した経営展望を策定し、経営展望に即した市場運営を計画的に実施していくことが求められています。

本市場では、開設者・市場関係業者が一体となり、機能維持と将来の目指すべき方向を示す「鹿児島市中央卸売市場経営展望」を策定し、具体的な取組を推進していきます。

(2) 計画の位置づけ

経営展望を以下のとおり位置付けます。

- ・前経営展望である鹿児島市中央卸売市場整備計画（平成21年3月策定）と同計画の具体的な行動計画である鹿児島市中央卸売市場魚類市場再整備基本計画（平成24年3月策定）及び鹿児島市中央卸売市場青果市場リニューアル基本計画（平成24年7月策定）の後継計画。
- ・第五次鹿児島市総合計画（平成24年度～令和3年度）及び今後策定される鹿児島市次期総合計画の分野別計画。
- ・国が策定を要請している「経営戦略」。

(3) 計画期間

計画期間を2021（令和3）年度から2030（令和12）年度の10年間と定めます。なお、社会・経済情勢の変化により、期間中において必要があれば、その都度見直しを行います。

2 卸売市場を取り巻く環境

全国の動向

(1) 全国の人口推移

平成23年（2011年）以降、9年連続で減少に転じており、令和22年（2040年）には110,919千人まで減少すると見込まれ、長期の人口減少傾向にあることが予想されています。

(2) 卸売市場経由率の推移

食料消費量の減少に加え、卸売市場を経由しない加工品（輸入加工品・加工用原材料等）及び輸入食材流通量が増加していることもあり、生鮮食料品流通の総量に占める卸売市場経由率は減少傾向にあります。

<青果物>

平成20年度の63.0%から平成29年度は55.1%と7.9ポイントの減少となっています。

<水産物>

平成20年度の58.4%から平成29年度は49.2%と9.2ポイントの減少となっています。

(3) 全国の生産量の推移

近年、国内農林水産業において、従事者の減少や高齢化など生産能力の低下により、全国の生産量は緩やかな減少傾向にあるといえます。

<野菜>

平成20年の1,255万トンから平成29年は1,155万トンと約100万トン（8.0%）減少しています。

<果実>

平成20年の344万トンから平成29年は279万トンと約65万トン（18.9%）減少しています。

<水産物>

平成20年の559万トンから平成29年は431万トンと約128万トン（22.9%）減少しています。

(4) 全国の中央卸売市場取扱数量・金額の推移

<野菜>

全国の中央卸売市場の野菜取扱数量は平成27年度の589万トンから令和元年度は560万トンと約29万トン（4.9%）減少、取扱金額も平成27年度の1,371,469百万円から令和元年度は1,196,429百万円となり、約175,040百万円（12.8%）の減少となっています。

<果実>

全国の中央卸売市場の果実取扱数量は平成27年度の170万トンから令和元年度は154万トンと約16万トン（9.4%）減少、取扱金額も平成27年度の611,528百万円から令和元年度は600,656百万円と約10,872百万円（1.8%）の減少となっており、野菜同様、減少傾向にあります。

<青果物>

全国の中央卸売市場の青果物総体の取扱数量は平成27年度の760万トンから令和元年度は714万トンと約46万トン（6.1%）減少、取扱金額も平成27年度の1,982,997百万円から令和元年度は1,797,085百万円と約185,912百万円（9.4%）の減少となっています。

<水産物>

全国の中央卸売市場の魚類取扱数量は平成27年度の172万トンから令和元年度は135万トンと約37万トン（21.5%）減少、取扱金額も平成27年度の1,609,787百万円から令和元年度は1,387,215百万円と約222,572百万円（13.8%）の減少となっています。

本市の動向

(1) 本市の人口推移

平成26年(2014年)の60万人をピークに、5年連続で減少しており、全国同様、人口減少局面へ移行しています。

令和22年(2040年)には519,563人まで減少すると推計されています。

(2) 本県(市)の生産量の推移

<青果物>

本市の青果物生産量は全国の傾向と同様に農家数の減少、従事者の高齢化や担い手不足、農業のグローバル化など農業経営の先行きが見通せない状況が続いており、過去5年間をみると野菜・果実いずれの生産量も減少傾向にあります。平成26年の12,983トンから平成30年は10,977トンと2,006トン(15.5%)の減少となっています。

<水産物>

本県の水産物の生産量は、全国の傾向と同様に漁業就業者の減少や高齢化等が要因となり、過去5年間をみると減少傾向にあります。平成26年の141,049トンから平成30年は122,320トンと18,729トン(13.3%)の減少となっています。

(3) 本市場への県(市)内産の入荷量の推移

<青果物>

市内産青果物の本市場への入荷量は、生産量が年々減少傾向にあるなかで、直近2年間では増加傾向にあります。

生産量に占める本市場への入荷量の割合は平成28年が33.3%に対し、平成30年は38.2%となっています。

<水産物>

県内産水産物の本市場への入荷量は、平成27年以降ほぼ横ばいとなっています。

生産量に占める本市場への入荷量の割合は平成27年が12.5%に対し、平成30年が13.7%となっています。

(4) 本市の農産物直売所数の推移

平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
30	36	36	38	36

(5) 本市の小売業者数の推移

	平成24年	平成28年
野菜・果実小売業	126	85
鮮魚小売業	40	26

(6) 本市場の取扱数量・金額の推移

<青果市場>

本市青果市場の取扱数量は平成27年度の176,358トンから令和元年度は173,547トンと2,811トン(1.6%)減少、取扱金額は平成27年度の35,643百万円から令和元年度は31,584百万円となり、4,059百万円(11.4%)の減少となっています。

<魚類市場>

本市魚類市場の取扱数量は平成27年度の26,655トンから令和元年度は20,726トンと5,929トン(22.2%)減少、取扱金額も平成27年度の18,400百万円から令和元年度は14,848百万円となり、3,552百万円(19.3%)の減少となっています。

(7) 本市場関係業者数の推移

(単位：業者数)

	青果市場			魚類市場		
	卸売業者	仲卸業者	売買参加者	卸売業者	仲卸業者	売買参加者
平成23年	2	27	159	2	30	102
平成24年	2	27	155	2	29	98
平成25年	2	27	147	2	29	96
平成26年	2	27	140	2	29	98
平成27年	2	27	137	2	29	87
平成28年	2	27	134	2	29	87
平成29年	2	25	131	2	29	90
平成30年	2	25	127	2	29	88
令和元年	2	25	128	2	29	85
令和2年	2	25	125	2	29	84

3 今後の課題

本市場が今後とも安定した市場運営をし続けるために以下の課題解決に取り組んでいくことが求められています。

課題1 集荷力・販売力の強化

出荷者、仲卸業者や売買参加者の高齢化や後継者問題、卸売市場法の改正による今後想定される市場間競争の加速など、対応が必要な多くの課題がある中においても、南九州の食の発信拠点として継続して集荷力・販売力の強化をしていくことが必要です。

課題2 経営の合理化、効率化の促進

本市場が将来的に健全性を維持していくためには、市場関係業者が安定した経営をしていくことが重要であり、開設者、市場関係業者が一体となって経営の合理化、効率化に取り組むことが必要です。

課題3 出荷者・消費者のニーズの変化への対応

全国的に農林水産業従事者や生産量が減少していく傾向にあり、また消費者においてはライフスタイルの変化など情勢が変わっていく中、市場においては生産者（出荷者）の所得向上と消費者ニーズへの的確な対応を図ることが必要です。

課題4 災害等対策への取組

大規模災害や感染症等の発生時においても生鮮食料品等の安定的な供給拠点としての機能を発揮していくことが必要です。

課題5 整備された施設の有効活用

整備後の施設を円滑な業務に活用していくとともに、市場関係業者だけでなく、広く市民にも周知するため、感謝デーやイベントによる一般開放の実施など新たな施設の有効活用を検討することが必要です。

課題6 「食」の情報の発信

現在、中食需要の拡大や、カット野菜などの加工品の需要が高まっており、食の個食化、簡便化が進んでいます。生鮮食料品等の流通拠点として、市場に入荷する食材、郷土の食文化について情報発信していくことが必要です。

4 目指す理想像

(1) 基本コンセプト

つながる人・もの フレッシュで活気あふれる 市場を目指して

近年、市場を取り巻く環境は、大きく変化していますが、青果、魚類市場それぞれが整備された施設を有効に活用し、民間活力の導入など、過去に捉われない新たな取組を検討しながら、南の「食」の発信拠点として、これからも本市場が安定的に持続し続けるよう努めていきます。

今後とも、新鮮な生鮮食料品、新たな施設を通して、人と人がつながり、賑わいにあふれ、多くの方々に身近な存在として支持される市場を目指します。

(2) 基本目標



(3) 取扱数量の指標

<青果市場> 年間取扱数量指標 : 18.0万トン

<魚類市場> 年間取扱数量指標 : 3.0万トン

5 基本目標及び計画期間における具体的取組

基本目標 1 活気あふれる市場

取扱数量の増加を目指し、集荷、販路の拡大、経営の安定・強化を図り、常に活気に満ち溢れている市場を目指します。

基本戦略Ⅰ 広域的な販売、集荷の強化を図ります。

< 施 策 >

販売力強化に向けた取組

- ・卸売業者は、第三者販売の自由化を踏まえ、他市場の卸売業者とのネットワークを強化し、品揃えや取扱数量の増大を図ります。また、新たな販路の開拓にも取り組みます。
- ・開設者は、出荷者や卸売業者など市場関係業者と連携し、「野菜の日」や「いおの日」のイベントなど定着化に向けた取組を進めます。

集荷力強化に向けた取組

- ・卸売業者は、引き続き地場産品の集荷体制の強化を図ります。
- ・開設者と市場関係業者は、毎年実施している出荷者の表彰制度を継続することで、全国有力産地との取引拡大、パイプ作りに努めます。

規制緩和を踏まえた取扱数量の拡大等

- ・開設者、卸売業者及び仲卸業者は、取引調整会議で市場取引の秩序を維持しながら販路拡大、品揃えの充実のため、第三者販売や直荷引き、商物分離などの制度を有効活用します。

小売支援活動の実施

- ・卸売業者と仲卸業者は、販路を拡大するため、量販店や専門小売業者、外食・中食産業など、それぞれに応じたきめ細やかな小売支援活動を強化します。

基本戦略Ⅱ 経営の合理化、効率化を促進します。

< 施 策 >

市場関係業者の経営力強化

- ・開設者は、卸売業者と仲卸業者の経営状況の把握と経営改善に関する指導・助言を行います。
- ・開設者は、卸売業者及び仲卸業者の経営改善の一助として講習会を実施します。

合理化、効率化による経費削減

- ・開設者と市場関係業者は、業務委託の促進や民間活力の導入の検討、事務事業の見直しなど経費削減に向けた取組を進めます。

基本目標２ つながる市場

生産者と消費者をつなぐ役割を向上させるとともに、市民に身近に感じてもらえる市場を目指します。

基本戦略Ⅲ 出荷者（生産者）、消費者のニーズを捉え、市民の身近な存在として支持される市場を目指します。

<施 策>

市民に開かれた市場づくり

- ・開設者と市場関係業者は、市場開放デーを設け、両市場で連動した生鮮食料品等の販売やイベントを行います。

生鮮食料品等（青果物・水産物）の情報の発信

- ・開設者と市場関係業者は、SNSを活用して、旬の青果物・水産物の情報等を紹介します。

本市場ならではの関連店舗の活用

- ・開設者と市場関係業者は、市民、観光客等も利用できる「食」をテーマとする関連店舗の充実を図ります。

出荷者、消費者との関係強化

- ・開設者、卸売業者及び仲卸業者は、出荷者又は消費者等に対して、集荷・販路の拡大を図るため、温度管理や衛生管理機能が向上した新しい市場をPRします。

基本戦略Ⅳ ICTを活用した効果的かつ効率的な運営に取り組みます。

<施 策>

ICTの活用

- ・市場関係業者は、商取引、市場業務におけるペーパーレス化やシステム化を促進します。

基本戦略Ⅴ 市場における災害等対策に取り組みます。

<施 策>

BCP（事業継続計画）の策定、見直しによる強化

- ・開設者は、BCP（事業継続計画）について、市場関係業者の策定作業を支援します。また、開設者の事業継続計画については社会情勢に合わせながら、見直しを行います。

全国の各市場との相互協力

- ・開設者と市場関係業者は、全国中央卸売市場協会の災害時相互応援に関する協定に基づく救援協力を求めることで本市場が被災した場合の生鮮食料品等の確保を図ります。

防災意識の向上

- ・開設者と市場関係業者は、大規模災害等の発生を想定した実地訓練を実施します。

衛生管理に対する取組

- ・開設者と市場関係業者は、衛生品質管理マニュアルに基づき、品質衛生管理を徹底します。

感染症の対策

- ・開設者と市場関係業者は、感染症等に対する防疫対策として、マスク着用、消毒等の適切な予防措置を講じるとともに、市場内の入場制限や体温測定など必要な措置を行います。

市場関係業者への啓発

- ・開設者は、生鮮食料品等の管理体制の充実を図るため、衛生検査機関などと連携し、市場関係業者への講習会などを実施します。

基本目標3 フレッシュな市場

新たな活力、新しい施設、新鮮な生鮮食料品で魅力ある市場を目指します。

基本戦略Ⅵ 施設の有効活用を図ります。

<施 策>

施設の有効活用

- ・開設者は、場内の車両通行の安全確保のための研修会を開催します。

資源の有効活用

- ・市場関係業者は、排出されるごみなどの再資源化を推進し、資源の有効活用を図り、3R（リデュース、リユース、リサイクル）活動に努めます。

基本戦略Ⅶ 健康増進や食文化普及のため、「食」に関する情報を発信します。

<施 策>

出前授業等の実施

- ・開設者と市場関係業者は、出前授業、出前トーク等を実施し、消費拡大に努めます。

郷土の食文化の普及促進

- ・開設者と市場関係業者は、両市場で連携し、夏休みや冬休みで親子、もしくは三世代で鹿児島島の食材を使用した料理教室を実施します。

食育関係団体や飲食店舗等との連携

- ・開設者と市場関係業者は、食育関係団体やホテルや飲食店、小売店と連携し、食育に関するイベントを検討します。

基本戦略Ⅷ 市場の担い手確保、育成、職員の能力活用に努めます。

<施 策>

意欲向上への取組

- ・市場関係業者は、永年勤続表彰や再雇用制度など長期的に勤務でき、かつモチベーションを維持できるような制度づくりに取り組みます。
- ・市場関係業者は、野菜ソムリエやシーフードソムリエなどの資格取得を促進するとともに有資格者の能力を積極的に活用する取組を進めます。

新たな担い手確保等の検討

- ・開設者と市場関係業者は、後継者育成に向けた研修や各種企画の検討を行います。

6 収支計画

今後も人口減少や、市場外流通の増加など卸売市場を取り巻く環境は、厳しい状況が続くと予想されますが、基本戦略に基づいた施策に開設者、市場関係業者が一体となって取り組み、青果、魚類市場それぞれの取扱数量の指標達成を行い、健全な市場運営に努めていきます。

(単位：百万円)

区 分		本年度	令和3	令和4	令和5	令和6	令和7	令和8	令和9	令和10	令和11	令和12
青 果 市 場	歳 入	344	374	406	433	487	487	634	487	684	806	487
	使用料及び手数料	231	230	238	238	240	236	238	238	240	240	240
	一般会計繰入金	18	38	73	100	152	156	155	154	151	153	152
	その他収入	95	106	95	95	95	95	95	95	95	95	95
	市 債	0	0	0	0	0	0	146	0	198	318	0
	歳 出	344	374	406	433	487	487	634	487	684	806	487
	運 営 費	134	137	137	137	137	137	137	137	137	137	137
	施設管理費	168	164	165	166	165	165	166	165	164	166	165
	市場整備費	0	0	0	0	0	0	146	0	198	318	0
	公 債 費	42	73	104	130	185	185	185	185	185	185	185
地方債残高	4,110	4,055	3,969	3,856	3,687	3,518	3,494	3,323	3,353	3,500	3,330	
魚 類 市 場	歳 入	3,493	3,139	1,107	483	520	548	643	710	734	733	733
	使用料及び手数料	78	76	82	93	112	132	151	170	190	192	194
	一般会計繰入金	184	217	140	320	338	346	422	470	474	471	469
	その他収入	611	930	202	70	70	70	70	70	70	70	70
	市 債	2,620	1,916	683	0	0	0	0	0	0	0	0
	歳 出	3,493	3,139	1,107	483	520	548	643	710	734	733	733
	運 営 費	115	109	108	99	99	98	94	90	90	90	90
	施設管理費	168	195	195	195	195	195	196	195	196	195	195
	市場整備費	3,170	2,771	705	0	0	0	0	0	0	0	0
	公 債 費	40	64	99	189	226	255	353	425	448	448	448
地方債残高	7,871	9,768	10,396	10,260	10,086	9,883	9,580	9,203	8,801	8,397	7,992	

7 計画の推進

本計画に掲げる基本戦略や施策の実効性を高めるために、開設者と市場関係業者で計画の達成度の評価などを行い、その結果を計画の見直しや次期経営展望の策定に反映させます。

